

甘孜州从“一个品牌”到“一番事业”

■ 宁粟

12月6日，甘孜州品牌发展大会在四川康定市召开。会议发布《甘孜州优秀品牌2024年度榜单》，其中涵盖区域公用品牌、产业发展品牌、文化建设品牌、社会建设品牌、生态建设品牌五大类，共50个品牌。

对甘孜州来说，此次优秀品牌评选是检验和展示品牌建设成果的一场“随堂测试”。近年来，甘孜坚持把“品牌引领”融入事业全局，品牌建设在社会经济发展等领域产生“溢出效应”，为甘孜实现高质量发展提供了强劲动能。

产业发展聚合力

进入雅江县城，“中国松茸之乡”几个大字伫立在雅鲁江旁，分外显眼。历经十几年的沉淀，雅江县凭借这朵“小菌子”闯出了一片大市场——2023年，雅江县实现年产松茸1600吨，总产值4亿元。

但在早些年并非如此。产业规模小而散，科技含量低，缺乏规模效应和协同效应；产品多位于产业链、价值链低端，同质化现象严重，附加值不高等情况，一度制约着雅江县松茸产业的发展。

转机出现在2013年。当年，雅江县被中国食用菌协会授予“中国松茸之乡”称号。这块高“含金量”的招牌很快吸引了投资者的目光。2014年，甘孜州日基农业开发有限公司注册成立，作为最早一批到雅江投资的企业，该公司负责人董飞坦言：“就是冲着‘松茸之乡’招牌来的。”

如今，在雅江县的松茸交易市场，已经有2家州级龙头企业、2家外贸企业、4家物流企业入驻，全县冷链、经销等经营主体达475家，产业链逐步完善。

雅江县也顺势而上，先后投入6.4亿元，分三期构建“园区+基地+交易市场”产业格局，目前已建成全省唯一以松茸为主的现代农业产业园区、全省首个国家级野生菌有机基地和全省首个松茸交易市场。有了“品牌底

气”，雅江还聘请中国工程院院士李玉在当地成立食用菌相关研究工作室，并与四川省食用菌研究所、西南民族大学等机构联合成立产学研基地。

品牌建设让政府、企业、高校、科研院所逐渐形成合力，这股合力也“反哺”品牌发展。“我们已成功申创绿色、有机农产品11个，松茸干品和鲜品获‘中国地理标志’商标，鲜松茸、松茸山泉等品牌获得‘天府乡村’集体商标。”雅江县委副书记、县长钟色介绍。

雅江松茸产业的发展是甘孜州产业品牌建设的一个样本。近年来，甘孜举全州之力，重点打造“圣洁甘孜”和“亚克甘孜”两个区域公用品牌，统揽全州高原特色农牧业以及牦牛产业发展。目前，“圣洁甘孜”品牌用标企业已达54家，带动实现有机农产品产值15.37亿元；“亚克甘孜”品牌成效初显，牦牛产业集群全产业链产值已达75亿元。

社会治理营造氛围

石榴籽广场、石榴籽家园、石榴籽客厅……在泸定县龙吟半岛小区，整洁有序的公共场所里，随处可见“石榴籽”字样。

这是一个多民族融合小区，有常住人口3700余人，藏、彝、蒙古、羌、回、土家等少数民族人口占小区常住人口的70%。各民族饮食、居住、生产、婚丧、节庆等习俗都不相同，受此影响，小区曾经矛盾纠纷频发。

变化是何时发生的？小区居民李慧英只记得是从“小区里多了很多‘红马甲’”开始的。

这些身穿“红马甲”的“石榴籽志愿者”由党员干部、热心群众等组成。他们主动为小区公共场所打扫卫生、组织各种文艺活动、帮忙调解邻里纠纷……伴随他们的到来，“石榴籽”三个字频繁出现在小区居民眼前。“石榴籽，就是紧紧抱在一起，团结友爱。”李慧英不知不觉地领悟了“石榴籽”精神。

潜移默化的背后是精心设计。2022年起，甘孜州以民族团结为主线，全面打造“石榴籽家园”品牌。目前，全州已成立300个“石榴籽



工作中心”、2242个“石榴籽工作室”、2737支“石榴籽工作队”、培育6087名“育籽员”。除了社区治理外，这些组织还发挥着宣讲政策、弘扬传统文化、促进共同富裕等作用。

“品牌化发展，有助于在全社会营造民族团结的氛围，增进共识。”甘孜州委社会工作部副部长吴康军说。

近年来，甘孜州以服务和治理为核心的社会建设品牌矩阵不断扩大——“有事找党员”成为广大党员干部锤炼党性、服务群众、树立形象、推动发展的“练兵场”；“正义雪莲”把法治服务送到牧区最深处；“雅逊公益”把社会的关心关爱传递到每一个弱势群体；“咔嚓时间”让党的创新理论飞入寻常百姓家。

文化传承树理念

木刻画风格的流畅线条，勾勒出一只握着杯子的手，这是“麦宿手造”的logo。作为德格县的一个区域公用品牌，“麦宿手造”自2021年创立以来，一直探索着传统工艺与现代生活方式的融合之路，其核心是“以现代之心，创造传统之美”的品牌理念。

一方面，当地开设了20余个藏传工艺特色班，将传统的“师徒制”与现代职业教育相结合，保护传承唐卡绘画、木雕、泥塑、彩绘、

铜铸等10余类传统手工艺，不断培育藏族手工艺的“火种”。

另一方面，结合现代审美需求和市场趋势，对产品进行创新升级。“比如依托金属锻造工艺制作现代风格的首饰、将木雕作品融入现代家居装饰元素等，让‘麦宿手造’获得源源不断的生命力和创造力。”甘孜州文旅局副局长晓娜姆介绍，目前，“麦宿手造”产品已远销海内外。

在整个甘孜州，以传承、创新为理念的的手工艺品牌还在不断涌现，特色手工艺年产值已达6.6亿元。

这样的品牌理念不仅助力产品打开市场，还点燃了社会各界对非物质文化遗产保护的热情。目前，甘孜已成功申报联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表性名录项目4项、国家级非物质文化遗产代表项目25项、省级非物质文化遗产产代表项目140项。河坡、麦宿等非遗项目得到创造性转化和创新性发展。

“品牌的建设过程不是一成不变的，创新才是品牌的核心动力，才能实现可持续发展。”品牌发展大会上，甘孜州委相关负责人对下一步的品牌建设工作提出了要求：“要立足甘孜特色，引导各类品牌在产品创新、技术创新、模式创新等方面积极探索，为品牌发展注入不竭动力。”

上海宝冶承建的金砖智谷项目首块地下室冲出“正负零”



近日，上海宝冶承建的金砖数字工业智谷主体工程9#楼地下室顶板浇筑完成，成为项目首栋冲出“正负零”的楼栋，标志着项目正式开启地上主体结构大干快上的新局面。

金砖数字工业智谷主体工程位于厦门市湖里区金山街道湖边水库东片区，东南侧紧邻软件园二期，总建筑面积29.8万平方米，地上建筑面积约22.75万平方米，地下室面积约7.05万平方米，最大建筑高度130.3米。主要建设技术服务办公、商业、研发中试用房、体育馆等配套工程。建成后，将形成智能制造先行区、工业互联网示范区，打造全国一流的金砖数字工业智谷，进一步提升产业能级，助推城市片区价值不断提升。

(林其凡)

豪车经销商“转投”国产品牌

■ 龚梦泽

近日，北京华阳奥通汽车销售有限公司(以下简称“华阳奥通”)发布公告称，“公司不再继续奥迪品牌的经销业务，但将继续从事奥迪车型的维修保养业务”。据了解，华阳奥通曾是北京最大的一家奥迪汽车经销商，多次获得奥迪服务双杯全国竞赛第一名，并且是奥迪北京培训中心所在地。也正因如此，其突然停止经销业务，引起了较大反响。

12月12日，记者来到了位于北京来广营的华阳奥通，上述公告张贴在入口处，门店已经更换成了“AITO”标识，店内也已经没有了奥迪展车的身影，取而代之的是问界的两款在售车型。

有不愿具名的豪华品牌经销商向记者透露，华阳奥通的确已被奥迪取消了授权，和它一起退网的还有郑州中升汇迪门店，原因都是未经许可的情况下，转投了华为问界渠道网络。“上述两个门店的投资人本打算把原址拿来做强国产新势力品牌，将奥迪迁到其他地址。没有获得同意就先这么做了，品牌方知道后直接予以退网处理。”

“新势力与传统车企之间的战火，已经从产品端烧到了渠道端。”在中国乘用车产业联盟秘书长张秀阳看来，持续近两年的“价格战”，已经让处于零售终端、常年进销倒挂的汽车经销商难以维继，忠诚度也随之下降。同时，在智能汽车时代的大潮中，消费观念正在

快速更迭，中国高端电动车品牌正逐渐赢得市场和消费者的广泛青睐。

佐证汽车行业“电进油退”

公开资料显示，华阳奥通成立于2010年4月6日，曾是北京最大的奥迪4S店。公司于2012年9月份正式开业，是奥迪A级授权经销商，拥有奥迪城市展厅、奥迪维修工厂和一汽奥迪培训中心。2015年，该店奥迪新车累计销售突破1万辆；2023年，华阳奥通成为中国汽车流通行业4S店汽车营收百强企业。

记者在华阳奥通看到，目前店面的整体装修还保持着奥迪的主视觉风格，只是更换了LOGO和展车，略显空旷冷清。据店内工作人员介绍，门店展厅、交付中心和试驾车预计会在本月中下旬布置完毕。

上述工作人员表示，中国高端纯电市场量价齐升，越来越被消费者看好和认可，加上燃油车业绩全面下行，公司转投新能源品牌是迟早的事情。

事实上，面临市场变化，越来越多豪华品牌(如保时捷、玛莎拉蒂、宝马、奔驰等)经销商也在积极“转投”新兴的中国新能源汽车品牌。这些经销商“转投”国产品牌，被业内认为是汽车行业“电进油退”格局下，此消彼长的最直观体现。

中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会数据显示，今年前三季度，保时捷、奔驰、

阿拉尔小红枣再获“新标签” 产业铺就致富路



优势得以充分展现。”

为实现种得好、销得掉，一师阿拉尔市鼓励有能力、有想法的红枣种植“老把式”成立合作社、创办公司，让职工群众入社发展，实行统一种植模式、统一销售、统一品牌打造。截至2023年底，一师阿拉尔市共培育红枣合作社、枣业公司52家，年加工红枣近50万吨，通过各大展销会、电商平台、网红带货等模式，一师阿拉尔市红枣美名远扬，畅销全国各地。

(王芳芳)

新老势力角逐蔓延至渠道端

宝马、奥迪等品牌在华销量均出现了不同程度下滑，其中同比降幅最高的品牌接近30%。而上海蔚来汽车有限公司(以下简称“蔚来”)的销量却同比增长了35.7%，在高端纯电市场占据领先地位。“2023年至今，已有超过40家传统豪华车品牌经销商转投蔚来，这一数字彰显了蔚来等中国高端电动车品牌的强劲市场吸引力。”蔚来高级副总裁魏健表示。

豪华车价格倒挂现象突出

华阳奥通的情况并非个例，也反映了当前豪华车市场的变化和经销商面临的困境。过去，由于豪华车品牌高溢价、利润可观，获取豪华车品牌授权是无数经销商的梦想。但随着高端国产品牌的兴起，豪华车市场结构发生了变化。

在中国汽车流通协会副秘书长郎学红看来，豪华车品牌的价格倒挂(注：销售价格低于进货价)幅度普遍达到30%，最高可达50%。当价格倒挂达到30%或者40%，经销商已无法承受。

“今年豪华车价格倒挂的现象比较突出，经销商处于赤字经营的状态，而价格倒挂的根本原因是市场供需失衡。”郎学红进一步表示，由于豪华车品牌杠杆率高，一旦银行政策收紧，资金流动性紧张加剧的问题出现，豪华车品牌经销商的风险就会更重。

除了华阳奥通外，另一家奥迪4S店郑州中

升汇迪汽车销售服务有限公司也转投了问界品牌。据悉，该4S店隶属于中升集团控股有限公司，公司已计划分两批将旗下48家豪华车品牌4S店进行品牌变更，变更后将包含40家AITO用户中心和8家鸿蒙智行用户中心。

上海永达控股(集团)有限公司近日也宣布，今年年底前，至少开出15家华为智选车授权网点。2025年一季度，授权网点将有望超过30家，全面覆盖江浙沪地区。

有已完成新能源汽车品牌转换的经销商经理张卫向记者表示，尽管自主新能源品牌的返点佣金较豪华燃油车品牌少，但流量巨大，通过薄利多销完全可以弥补。“每当小米、华为鸿蒙智行等国产热门品牌有新车上市时，都会收获大量热情的消费者到店试乘试驾，经常会忙到很晚下班，这在以前是不可想象的。”

不过，张江也有自己的担忧。在他看来，豪华车品牌让大家持续相对稳定地盈利了30多年，新势力品牌能让经销商盈利多久还是未知数。

“从最初坚持直营、线上销售，到现在积极吸纳经销商网络，新势力品牌的战略调整瞬息万变，真担心转网的经销商会跟不上节奏，成为快速转型的牺牲品。”张江表示，新势力品牌门店的收入来源单一，只能靠提成。另外，新能源车的售后维修服务比燃油车简单，能够创收的空间有限，前端销售门店与后端服务门店相互分离等，都是今后需要关注和改善的问题。

绿色 智能 可持续 防城港“桂字号”品牌持续升级

■ 钟广莲

12月12日—13日，全国多家主流媒体的记者，深入广西防城港市多个农业生产基地，实地考察和采访当地农产品的养殖、加工与销售情况。活动期间，记者们走访了防城港市的金花茶、香糯米、海鸭蛋等农产品基地，深入了解了当地农业产业如何通过政策支持、技术创新和产业升级，逐步向绿色、智能、可持续方向发展。在防城港市政府、企业和农民共同努力下，当地特色农产品在市场上逐渐占据一席之地，推动了农业的转型升级和地区经济的高质量发展。

防城港金花茶：生态保护与品牌建设并行

记者们走进位于防城区的广西国茗金花茶科技有限公司的生产车间，一台台现代化的设备摆放在车间内，通过这些设备可以完成金花茶产品的制作与包装。不仅保护金花茶的原生生态，还在加工和包装上不断创新，提升产品的附加值。

目前，防城区的金花茶种植面积已经达到18.6万亩，惠及5万多名林农，显著提升了他们的收入。2023年，防城港市金花茶产业的年产值已突破5亿元，赢得了国内外市场的广泛认可。当地政府与企业携手合作，通过深化加工产业链条、精心策划金花茶文化活动等举措，进一步增强了金花茶的市场影响力。金花茶品牌效应的日益扩大，不仅为地方经济增添了新的活力源泉，也实现了对这一珍稀植物资源保护与可持续发展的完美结合。

上思香糯：创新经营模式 带动产业发展

上思县的香糯米，因其纯净的米质和浓郁的香气，成为广西传统特色农产品的代表之一。采访团走访了上思县思甜土特产贸易有限公司，其工作人员告诉记者，香糯米的种植采用了“企业+合作社+农户”的经营模式，通过合作社对农户进行技术培训和市场对接，不仅确保了农产品的高质量，还帮助农户增收致富带动了周边地区的产业发展。

当前，上思县的香糯米年产量已突破10万吨，年产值超过5000万元。除了传统的米食加工，上思县还积极开发香糯米的精深加工产品，如香糯米糕、香糯米酒等，进一步提升了市场竞争力。

在上思县政府的支持下，香糯米产业链不断延伸，不仅在国内市场广受欢迎，近年来也逐步打开了国际市场。通过线上平台与线下市场的结合，香糯米的销售网络已覆盖全国多个省市，并远销东南亚和欧美地区。

东兴海鸭蛋：依托海洋资源 推动产业升级

记者们走进巫头村红树林海鸭蛋养殖基地，基地工作人员告诉记者，海鸭的饲养依托自然生态环境，海中丰富的鱼虾是鸭子主要的食物来源，这种散养方式赋予了海鸭蛋卓越的品质。

“我们坚持纯天然的养殖方式，保证每一颗海鸭蛋的高品质。”基地负责人说。记者在现场看到，海鸭蛋被小心地收集并运输至基地统一销售点，销往南宁、玉林等地。

目前，巫头村的海鸭蛋存栏量已达到3万羽，日均产蛋量高达2.1万颗。东兴市在推动海鸭蛋产业发展的同时，也注重品牌建设和市场拓展。2022年，东兴海鸭蛋成功注册了地理标志证明商标，为产品的品牌化打下了坚实基础。通过“线上平台+线下市场”的销售模式，海鸭蛋逐渐打开了市场，年产值突破3000万元，带动了当地农业和农村经济的快速发展。

防城港八角与金鲳鱼：产业潜力逐步释放

在采访中，记者了解到，防城港市的防城八角与金鲳鱼产业，在近年来得到了快速发展，并成为地方经济增长的重要支柱。目前，防城港市防城八角的种植面积已经达到了67万亩，年产量约为0.8万吨，年产值超过10亿元。

防城港金鲳鱼因其肉质细嫩、口感鲜美，近年来在市场上获得了广泛认可，现已成为该市最大的海水养殖品种，年产量达到3万吨，年产值超过10亿元。

随着海洋牧场示范区建设，金鲳鱼产业的潜力逐步释放。防城港市正在加大投入，推动金鲳鱼的深加工和产业链延伸。



● 金花茶生产车间